

## ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА В РОССИИ

*С.В. Шин*

*(г. Томск, Томский политехнический университет)*

*E-mail: sally\_shin@mail.ru*

## FEATURES OF APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES FOR DEVELOPMENT OF INTERNET-BANKING IN RUSSIA

*S.V. Shin*

*(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

**The summary:** Based on the analysis of information services in the banking sector, considered key areas of information technology in banking activities and, in particular, trends in online banking as a promising direction of customer-service diversification of banks.

**Введение.** В условиях значительной динамичности банковского рынка и усиливающейся борьбы за клиентов становятся в особенности важным определением отчетливой стратегии достижения заданных целей и своего развития. Непрерывный рост конкуренции в секторе банковских обслуживаний принуждает российских банков искать новые, более экономичные и перспективные пути увеличения качества и интенсивности взаимодействия с клиентом. Развитие компьютерных и информационных технологий в банковском секторе определило появление рынка банковских электронных услуг, которые отличаются новыми стандартами выполнения финансовых операций и улучшением качества обслуживания, а также даёт новые возможности привлечения новых и удержания имеющихся клиентов банков.

**Обсуждения исследования.** На настоящее время нынешние технологии сделали допустимым появление электронного глобального финансового рынка, который базируется на интеграционных системах, таких как: Телефонный банк, Банк-Клиент, Интернет, Интернет-Банк-Клиент, рекомендуемые в качестве главных курсов продвижения банковских услуг. Отечественные передовые банки, которые изучают опыт, накопленный странами запада по применению коммуникационных электронных систем, которые оснащены сетью Интернет, стали пользоваться им в своей практике. Так, например, ГУТА Банк был лидером в внедрении и разработке передовых интернет-технологий на российском финансовом рынке, предложив сервисную уникальную программу «Remote trade». Она позволяет выполнять у банка запрос котировок на сделки и банку подавать заявки на продажу или покупку ценных бумаг, а также совершать двусторонний обмен протоколируемых сообщений. Эта уникальная и новая технология дала потенциал ГУТА Банку расширить рамки рынка и изучить новые сегменты. ГУТА Банк до недавнего времени был одним-единственным владельцем системы торговли акциями через Интернет. Позже такую же систему подключил у себя и Альфа-банк, который является участником обслуживания фондового рынка через Интернет. Изучение деятельности российских банков в Интернете, которое было проведено компанией «Интернет Маркетинг», позволяет сделать заключение о том, что большинство банков отрываются на ранних этапах освоения Интернета – этап организации информационного присутствия и маркетинговых исследований. На сегодняшний день из 100 крупнейших банков России свои веб-представительства имеют 54. [1, 2]

Будущее российского интернет-банкинга соединено с развитием розничного банковского обслуживания с применением элементов социального маркетинга, который ориентирован на потребности клиентов. Значимый объем информации может дать анализ статистики сайта банка в Интернете благодаря проведения системного анализа посещений сайта банка и информации, которую получают при регистрации клиентов сайта, а также при обращении к электронной почте и гостевой книге. Цель данного анализа – это предоставить информацию

маркетинговой службе и руководству об эффективности работы банка в Интернете и структурных подразделений банка для корректировки, в случае необходимости, стратегии и оперативных задач. Иным информативным источником о нуждах клиента послужит гостевая книга. Принципиально позитивным моментом использования гостевой книги для получения информации стать должна опубликование вопросов совместно с вариантами ответов. Это поможет образовать обратную связь с клиентами и увеличит уровень доверия клиентов к банку и электронному данному ресурсу. Задача банков сегодня заключается в предоставлении клиентам возможности самим выбирать, какими способами или средствами получать эти услуги, не выделяя электронные и традиционные каналы доставки услуг в автономные бизнес-подразделения. Обширный набор этих каналов связи может обеспечить банкам стабильность бизнеса и устойчивость клиентской базы. Потенциалы новых информационных технологий и компьютерных сетей разрешают банку оперативно осуществлять работу, на которую уходило ранее много времени. [2, 3]

Сбербанк России клиентам предлагает услугу по установке системы «Интернет-Банк-Клиент», которые имеют счета в банке. Эта система выполняет все функции, что и традиционная система «Клиент-Банк», но кроме этого, web-сервер, на котором установлен Центр Системы, в то же время является представительством банка в системе Интернет, мощнейшим маркетинговым и информационным инструментом. «Интернет-Банк-Клиент» содействует росту притока клиентов в банки и приобретению конкурентных преимуществ перед другими банками.

Экономическая выгода банков от внедрения такой системы «Интернет-Банк-Клиент» заключается в следующем:

- банк избавляется полностью от затрат на установку, обновление и сопровождение программного клиентского обеспечения, так как вся функциональная часть системы находится на web-сервере банка;
- нет необходимости содержать большое количество телефонных номеров для взаимоотношения клиентов с центром системы (довольно иметь один канал до своего интернет-провайдера);

Возможность системы заключается в одновременном обслуживании в режиме Online тысячи интернет-клиентов раскрывает перед банком почти бесконечные возможности снижения затрат на реализацию каждой проводки. Продуктивность системы ограничена пропускной только способностью каналов связи. В частности, при максимальной загрузке web-сервера себестоимость проводки будет неуклонно идти к нулю. [4, 5]

Основным преимуществом системы «Интернет-Банк-Клиент» является удобство работы последнего пользователя и привлекательность банковской новой услуги для вкладчиков, которые дают не сиюминутную и прямую, а долгосрочную и опосредованную выгоду банку. Клиент банка может уехать в другую страну или город и со своим банком работать с любого компьютера, который будет подключен к Интернету. Применение электронных каналов предоставления услуг разрешает не только эффективно удовлетворять запросы клиентов, но и механически собирать в базу данных информацию о результатах услуг и реализовывать их анализ. Итоги анализа дают банку потенциал повышения эффективности предоставления услуг путем их реструктуризации по составу, ориентации на различные категории клиентов и способам доставки клиентам.

**Вывод.** В результате можно сделать вывод, что введение новых технологий выражается целью, которую надобно решать для улучшения банковской системы и выработки банковского маркетинга. Банки пока еще пользуются со стороны потребителей их доверием и преимуществами перед небанковскими предприятиями. Но дальнейшее развитие и конкуренция между банками и небанковскими предприятиями будет требовать от банков вечного поиска всё новых и новых постановлений в отношении улучшения организационной структуры банка, а также применения новых технологий.

## Список литературы

1. Юдин В.В. Перспективы дистанционного банковского обслуживания физических лиц // Банковские услуги. – 2014. – № 2. – С.19.
2. Иванов В.А., Угрына В.И. Банки и клиенты: вне времени и расстояния // Банковские технологии. – 2013. – № 5. – С.38.
3. Банковское дело: дополнительные операции для клиентов / под ред. А.М. Тавасиева. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 185 с.
4. <https://alfabank.ru/press/monitoring/2011/12/27/27554.html>
5. <http://bankir.ru/publikacii/s/internet-banking-novaya-forma-starih-yslyg-5382315>

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КРЕДИТОВАНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

*Е.В. Щербович*

*(Томский политехнический университет, г. Томск)*

*E-mail: ScherboviK@mail.ru*

## INFORMATION TECHNOLOGIES IN CREDITING OF PHYSICAL PERSONS

*E.V. Scherbovich*

*(Tomsk Polytechnic University, Tomsk)*

**Abstract:** The article is devoted to the special information technologies, which use in modern banks or systems, in crediting of physical persons.

Выдача кредита населению является традиционной услугой любого банка. Год за годом она получается все большее распространение. Развитие приобретают получение кредитов на обучение, автомобильное кредитование и ипотека. Так же банки активно внедряют информационные технологии в процесс кредитования.

Целью данной работы является исследование информационных технологий в процессе кредитования физических лиц. Рассмотрим их по порядку.

**Скоринговое кредитование.** В процессе выдачи потребительских кредитов имеют место небольшие суммы, что провоцирует большой объем работы по их оформлению. Это является довольно дорогостоящей процедурой оценки кредитоспособности сравнительно получаемой в результате прибыли.

При оценке кредитоспособности граждан банк производит проверку как финансового положения заемщика, так и его личных качеств. При этом стоит учитывать риск невозврата существенной суммы долга и ее процентов. В наши дни довольно часто для оценки риска кредитования заемщика применяется скоринг кредитование.

В основе скоринговых систем лежит гипотеза, что люди с похожими социальными признаками ведут себя одинаково. Согласно этому суждению можно выстроить разные статистические модели, которые окажутся весьма полезными при организации любого бизнеса.

Одной из самых успешных систем является модель кредитного скоринга Дюрана. Для проведения данного процесса необходимо выделить факторы из имеющихся у банка данных о заемщике, которые позволят оценить степень кредитного риска. В связи с этим существует методика оценки, состоящая в присвоении баллов за определенные значения этих факторов, для этого надо просуммировать баллы и сравнить полученную сумму с пороговым значением (рис. 1). При наборе 1,25 баллов и выше заемщик считается кредитоспособным.

После нужного набора баллов идет процесс заключения кредитного договора, в котором имеет место изучение кредитной истории.